

7. Kristeva Yu. *Bakhtin, slovo, dialog i roman* [Bakhtin, Word, Dialogue and Novel]. *Vestnik MGU. Seriya 9. filologiya* [Bulletin of the Moscow State University. Series 9. Philology], 1995, no. 1, pp. 97–124.
8. Kuzmina N. A. *Kulturnye znaki poeticheskogo teksta* [Cultural signs of poetic text]. *Vestnik Omskogo universiteta* [Bulletin of the Omsk University], 1997, no. 1, pp. 74.
9. Lotman Yu. M. *Izbrannye stati* [Selected articles]. Tallin, Aleksandra publ., 1992, vol. 1, 450 p.
10. Putin V. V. *Byt silnymi: garantii natsionalnoy bezopasnosti dlya Rossii* [To be strong: guarantees of national security for Russia]. Available at: <http://www.rg.ru/2012/02/20/putin-armiya.html>.
11. Putin V. V. *Demokratiya i kachestvo gosudarstva* [Democracy and the quality of the state]. Available at: <http://www.kommersant.ru/doc/1866753>.
12. Putin V. V. *18 marta 2014 goda. Obrashchenie Prezidenta Rossiyskoy Federatsii* [March 18, 2014. Address of the President of the Russian Federation]. Available at: <http://kremlin.ru/news/20603>.
13. Putin V. V. *Rossiya: natsionalnyy vopros* [Russia: the national question]. Available at: http://www.ng.ru/politics/2012-01-23/1_national.html.
14. Putin V. V. *Rossiya sosredotachivaetsya – vyzovy, na kotorye my dolzhny otvetit* [Russia is focusing – the challenges that we need to answer]. Available at: <http://izvestia.ru/news/511884#ixzz2rVSZ7GX3>.
15. *Slovar literaturovedcheskikh terminov* [Dictionary of literary terms]. Moscow, Feniks publ., 2002, 320 p.
16. Sheygal Ye. I. *Semiotika politicheskogo diskursa* [The Semiotics of Political Discourse]. Volgograd, 2000. 433 p.

РОССИЙСКИЕ МЕДИА КОНЦА XX ВЕКА КАК ПРЕДМЕТ ИЗОБРАЖЕНИЯ В РОМАНЕ ЕВГЕНИЯ ВОДОЛАЗКИНА «АВИАТОР»

Максимова Наталья Викторовна, кандидат филологических наук, Астраханский государственный университет, 414056, Россия, г. Астрахань, ул. Татищева, 20а, e-mail: nmaksimova11@yandex.ru.

Белолипская Галина Сергеевна, кандидат филологических наук, Астраханский государственный университет, 414056, Россия, г. Астрахань, ул. Татищева, 20а, e-mail: gbelolipskaya@yandex.ru.

В статье раскрываются роль и значение медиареалий в романе Е. Водолазкина «Авиатор». Медиареалии, являясь существенным элементом создаваемой Е. Водолазкинским картины мира, полифункциональны: маркируют время, характеризуют социокультурную реальность, передают особенности общественного и политического климата в стране, которым определяется деятельность СМИ и иерархия их функций. Иронически окрашенное изображение массмедиа конца 1990-х гг. в романе «Авиатор» передает характерные черты и тенденции российской медиажизни этого периода.

Ключевые слова: Е. Водолазкин, роман, медиареалии, телеконтент, телеинтервью, ньюсмейкер, реклама, массовая культура

THE RUSSIAN MEDIA OF THE END OF THE XX CENTURY AS A SUBJECT OF THE IMAGE IN THE NOVEL OF EVGENIY VODOLAZKIN “AVIATOR”

Maksimova Natalia V., Candidate of Philological Sciences, Astrakhan State University, 414056, Russia, Astrakhan, 20a Tatishchev st., e-mail: nmaksimova11@yandex.ru.

Belolipskaya Galina S., *Candidate of Philological Sciences, Astrakhan State University, 414056, Russia, Astrakhan, 20a Tatishchev st., e-mail: gbelolipskaya@yandex.ru.*

The article reveals the role and importance of media realities in E. Vodolazkin's novel "Aviator". The media realities, being an essential element of the world picture created by E. Vodolazkin, are multifunctional: it marks time, characterizes the sociocultural reality, conveys the features of the social and political climate in the country, which determines the activity of the media and the hierarchy of their functions. The ironically painted image of the mass media of the late 1990s in the novel «Aviator» conveys the characteristic features and tendencies of the Russian media life of this period.

Keywords: E. Vodolazkin, novel, media realities, TV content, TV interview, newsmaker, advertising, mass culture

Роман Евгения Водолазкина «Авиатор» вызывает интерес не только у филологов, но и историков журналистики, поскольку в нем находят отражение особенности российских СМИ конца XX в. В обстоятельных рецензиях на роман, опубликованных в толстых журналах [1; 2; 7; 9] и интернет-изданиях [4; 8; 10], эта тема специально не рассматривалась, а между тем, именно медиареалии презентуют современность в романе, охватывающем весь XX век благодаря фантастическому допущению – переносу героя во времени. Главный герой романа Иннокентий Платонов, в конце 1920-х гг. отбывающий срок в Соловецком лагере, становится жертвой экспериментов по замораживанию живых людей. Для него эксперимент оказывается «удачным»: в 1999 г., после почти семидесяти лет «сна», Платонов приходит в себя на больничной койке в состоянии полной амнезии. Благодаря разморожившему его петербургскому профессору Гейгеру и обретенной в новой жизни возлюбленной, а потом и жене Насте, он постепенно вспоминает себя и свое прошлое, а также познает «дивный, новый мир», в котором оказался после разморозки. Доктор Гейгер предлагает своему подопечному, в буквальном смысле ровеснику века (Платонов родился в 1900 г.), вести ежедневник с тем, чтобы восстановить прошлое и «продвинуться» в дне настоящем: «Дело в том, – сказал Гейгер, – что вы действительно долго были без сознания, и в мире произошли изменения. Я вам буду понемногу о них рассказывать, а вы продолжите вспоминать все, что было с вами. Наша с вами задача – чтобы эти два потока слились безболезненно» [3, с. 40].

Роман построен как дневник Платонова, к записям которого во второй части романа подключаются Гейгер и Настя. В своем дневнике Платонов описывает все, что вспоминает о прошлой жизни, и то, что с ним происходит в России конца 90-х гг., где он ощущает себя Робинзоном Крузо на необитаемом острове. Его размышления о любимом литературном герое не что иное, как проекция собственного внутреннего состояния: «Родившее его время осталось где-то далеко, может быть, даже ушло навсегда. Он теперь в другом времени – с прежним опытом, прежними привычками, ему нужно либо их забыть, либо воссоздать весь утраченный мир, что очень непросто» [3, с. 42]. Подобно Робинзону, Платонов «воссоздает утраченный мир» через всплывающие в памяти детали его частной жизни, поэтому картины прошлого имеют объем, ярко эмоционально окрашены. Почти все критики, откликнувшиеся на роман, отметили, что «именно воспоминания Платонова, его свидетельства об ушедшей эпохе, о её звуках, запахах, пожалуй, являются главной удачей романа» [7; 9], с чем нельзя не согласиться. Выбранный автором в качестве повествователя «герой не нашего времени» дает возможность события прошлого увидеть глазами участника и очевидца, а российскую действительность конца 1990-х гг. – глазами стороннего наблюдателя. Острота, непредвзятость восприятия новой реальности определяют особым статусом Платонова, который взирает на не-

знакомый ему мир подобно «Адаму» или «ребёнку» [3, с. 22] и запечатлевает его в слове. Литературные критики также отметили обращенность романа к современности: «Отражены реалии современности: хаос в политике, расслоение общества, на страницах романа есть корпоративы, фейерверк на Елагином, банкет в Кремле с вручением высоких наград... В книге оживает Петербург, с пропахшими мочой парадными, убогими больницами, с шурупами вместо дверных ручек. Со всеми признаками разора и одичания» [9]. Этот перечень «реалий современности» будет неполным, если в него не внести медиареалии, которые буквально с первых страниц романа бросаются в глаза, а сюжет начинается выстраиваться в формате «история успеха».

Медиареалии позволяют автору передать характерные особенности социокультурной жизни конца 1990-х гг., которые были вызваны экспансией «массовой культуры» в публичное и медийное пространство. Кроме того, герой романа «социализируется» посредством телевидения, печатных СМИ, интернета. Осваиваться в настоящем Платонову помогает Гейгер. Адаптируя пациента к современности, Гейгер не только рассказывает, но и окружает Платонова предметами, вещами, техникой, которые ускоряют этот процесс. К тому же, они – показатель научно-технических достижений и атрибуты информационного общества, в которое попадает Платонов. Гейгер показывает Платонову компьютер, о котором тот пишет в дневнике: «Забавная штука – компьютер. Оказывается, на нем можно печатать, как на пишущей машинке. И – исправлять... В компьютере можно хранить тексты, с компьютера можно читать. Буду учиться печатать» [3, с. 53]. Другим новшеством для героя становится телевизор: «Сегодня в моей палате установили телевизор. Гейгер долго мне объяснял, как он устроен и как с ним обращаться. Я научился довольно быстро...» [3, с. 76]. Для Платонова, замкнутого до определенного времени в пространстве больничной палаты, телевизор становится основным источником информации и «окном» в мир, который ему не знаком. Смотря телевизор, «переключая каналы», герой наблюдает действительность «глазами СМИ» и делает в дневнике записи, касающиеся не только внешнего мира (машины, дома и т.п.), но и самого телевидения: «На одном поют, на другом танцуют, на третьем говорят. Говорят бойко, раньше так не умели – главное скорости такой не развивали. Особенно ведущий: произносит нараспев, делит речь не на фразы, а на вздохи...» [3, с. 78]. Так российское телевидение конца XX в. становится предметом критических комментариев героя, за которыми стоит автор. Доминирование развлекательного компонента, находящее выражение в телеконтенте, жанровых формах, характере дискуссии, Платонов оценивает негативно: «Когда он ушел, я смотрел телевизор – то, что здесь по-английски называют talk-show. Все друг друга перебивают. Интонации склочные и малокультурные, пошлость невыносимая. Неужели это мои новые современники?» [3, с. 84]. Герой Водолазкина в своих медиакритических замечаниях раскрывает основные черты «коммерческих» СМИ, которые ориентированы на извлечение прибыли за счет удовлетворения интересов и потребностей непритязательной массовой аудитории. Телевизионные программы в большинстве своем адресуются массовому, усредненному зрителю; стилистика передач часто строится на упрощениях, редуцировании сложных социальных проблем, повышенном внимании к скандалам, развлекательной информации невысокого качества. В этой связи жизнь, которая разворачивается на экране телевизора, представляется Платонову странной: «Эта жизнь меня пока не увлекает. Гейгера, как выяснилось, тоже» [3, с. 93]. Записи героя на тему СМИ иногда носят характер вкраплений, иногда составляют содержание целой записи дня, как например, следующее размышление Платонова: «Что меня в телевидении удивляет: они там все время во что-то играют. Угадывают слова, мелодии, а еще, я читал, собираются отправить кого-то выживать на необитаемый остров. Все веселые, находчивые и довольно, я бы сказал, убогие. Получается, что у них в жизни не было острова, на котором нужно выжить».

Им этого, что ли, не хватает?» [3, с. 95]. Платонов передает свои впечатления от самых популярных у массовой аудитории развлекательных передач: «Поле чудес», «Угадай мелодию», «КВН», реалити-шоу, которые были «первыми ласточками» нового российского телевидения. К концу 1990-х гг. в российском телеэфире было представлено большинство форм и жанров развлекательной экранной продукции, в том числе игровые шоу, многие из которых были кальками западных программ. С этого момента начинается безоговорочное господство развлекательной медиапродукции в современном телевизионном эфире, в свою очередь, приведшее к рокировке функций телевидения: рекреативная функция замещает собой целый ряд социально значимых функций – образовательную, просветительскую, интегративную.

По ходу развития научного эксперимента у Гейгера с Платоновым появляется потребность в деньгах, получить которые можно только пробудив к нему общественный интерес. А это – технологии средств массовой информации, поэтому «Гейгер, сев, как он любит, верхом на стул, пояснил, что в ближайшее время я войду в *медийное пространство*. В качестве, с позволения сказать, *нюсмейкера* (есть на свете такое слово). Рано или поздно, это должно было случиться» [3, с. 115]. В российской медийной лексике термин *нюсмейкер* появляется в 1989–1990 гг. в газете «Коммерсантъ», затем входит в лексикон других изданий, постепенно становясь общеупотребительным. Ньюсмейкером называют человека, деятельность которого предполагает намеренную или ненамеренную публичность и вызывает устойчивый интерес средств массовой информации. Обычно журналистов интересует текущая деятельность нюсмейкера, изменения его статуса, изменения в его окружении и его личная жизнь.

После состоявшегося «выхода в свет» в формате пресс-конференции Платонов становится персоной, постоянно находящейся в центре внимания СМИ, делающих акцент на сенсационности. Ажиотаж вокруг его фигуры вызван фантастичностью его истории, а вместе с тем интересом российского общества 1990-х гг. к Серебряному веку, революции, периоду репрессий. Платонов становится героем популярных телепередач и, соответственно, узнаваемым лицом: «Вынося утром мусор, заметил человека, рывшегося в контейнере... Просмотрев все, что я принес, неожиданно спросил: – А вас что, правда, разморозили? Я рассказал об этом Гейгеру. – Это – слава, – сказал он мне. – И признание» [3, с. 160]. Платонов оказывается в одном ряду с главными героями СМИ этого времени – знаменитостями, «звездами» гламура, сильными мира сего, успешными в карьере, состоятельными и состоявшимися. Они же нередко выступают персонажами рекламы, которая в 1990-е гг. активно входит в жизнь каждого потребителя продуктов СМИ. Платонов, например, навещая в больнице свою возлюбленную из прошлой жизни, нуждающуюся в уходе, меняет ей памперс, который видел «по телевизору на младенцах». При всем драматизме этой сцены, в ней нельзя не ощутить авторской иронии в адрес рекламы гигиенических средств, ставших едва ли не главной приметой нового российского потребления образца 1990-х гг. В свою очередь, на Платонова охотятся не только журналисты, но и рекламные агенты. Ему предлагают рекламный контракт из фирмы «Замороженные продукты», от которого он сначала отказывается, а с появлением семьи подписывает контракт на рекламу замороженных продуктов, чтобы содержать семью. По сюжету рекламного ролика Платонова сажают раздетым до трусов в бочку, видно только голову да плечи, и из-за кадра спрашивают: « – Что помогло вам продержаться здесь столько десятилетий? Он достает пачку замороженных овощей и поднимает ее над собой: – Вот это!» [3, с. 242]. Гейгер по этому поводу замечает, что ролик вызывает смешанные чувства: «С одной стороны, забавно. А с другой – это снижает трагизм жизни Иннокентия. В первую очередь в его собственных глазах» [3, с. 243]. По мнению самого Платонова,

«глупость невероятная..., но дает сумасшедший гонорар». Другой рекламный агент, представляющий мебельный концерн, «просил Платошу довести до сведения общественности, что повсюду цены на мебель стремительно растут, а у них, мол, уж три года, как заморожены» [3, с. 248]. Автор изображает механизмы создания рекламы и рекламного «продающего» текста, построенного на игре слов, рассчитанного на стереотипы восприятия массовой аудитории. Вместе с тем, здесь находит отражение одна из самых заметных тенденций в сфере медиа этого времени, заключающаяся в слиянии журналистики и таких потоков массовых коммуникаций, как реклама и пиар.

Платонов смотрит по одному из телеканалов фильм о себе, нарезанный «из отрывков интервью, что давал в последнее время», – заказной, лживый фильм, содержание которого никак не соотносится с настоящей историей. После демонстрации фильма интерес к Платонову усиливается, журналисты просят об интервью, от которых он стал отказываться, боясь повторений. Гейгер же выводит из этого закон функционирования современных СМИ: «Современная пресса, по его словам, устроена по принципу рекламы – чем больше повторяешь, тем лучше» [3, с. 190]. Отмеченные черты характерны для массовой прессы, составляющей с 1990-х гг. значительный сегмент российских СМИ. Функционально массовые издания ориентированы на привлечение максимально широкой аудитории и, таким образом, на коммерческий успех. В интерпретации массовых изданий мир обывателя вполне удобен, понятен, не отягощен социальными и политическими коллизиями, непротиворечив, а события, как правило, быстротечны, поэтому они и востребованы многочисленной аудиторией. Эстетика массового издания строится на упрощении, банализации серьезных проблем; повышенном интересе к резонансным подробностям, к личной жизни знаменитого человека [5, с. 230]. После отмены цензуры в российских СМИ стали широко освещаться темы, которые прежде считались непубличными, табуированными, как например, сексуальные отношения. Эпоха гласности сняла все ограничения с информации о частной жизни известных людей, включая интимную сферу, поэтому в интервью для женского журнала Насте задают «хамский» вопрос «высоко ли она оценивает Иннокентия Петровича как мужчину» [3, с. 248]. Упоминание подобного рода свидетельствует об изменениях тематического содержания постсоветской женской прессы, перенесшей внимание и акценты с социальных отношений на подробности личной жизни героинь. Исследователи журналистики отметили, что «...роли женщины и отношение к ним общественного мнения (соответственно отраженного в СМИ) от советского времени к нашему качнулись по закону маятника – от производственных, общественных, как бы «бесполовых» к чисто женским, даже физиологическим, сексуальным ролям» [6, с. 158], что нашло отражение в «Авиаторе». Помимо этого, в романе Е. Водолазкина в разной связи упоминаются издания (газеты «Желтые страницы», «Вечерка», журналы «Время», «Форбс»), появление которых стало результатом существенной модернизации типологической структуры российских печатных СМИ, вызванной, в свою очередь, кардинальными изменениями в политической, экономической, общественной жизни России в 1990-е гг. Ответом на потребности возникших в структуре российского общества новых социальных групп, нуждающихся в разнообразных средствах массовой информации, стали рекламные, деловые, информационно-аналитические, специализированные и многие другие издания, которых не знала советская печать.

Наряду с этим, к концу 1990-х гг. в России существенно возрастает уровень развития интернета и число пользователей Сети. Эта знаковая примета времени находит отражение не только в содержании дневниковых записей Платонова, пытающегося философски осмыслить этот феномен, но и в формальной организации текста второй части романа, напоминающей сетевой дневник. Отмеченные реалии помогают автору передать характер времени, преломленного в «зеркале СМИ», и выразить свое к нему отношение. Крити-

ческое отношение героя и автора к современным СМИ находит максимально полное выражение в словах Платонова: «Как можно тратить бесценные слова на телесериалы, на эти убогие шоу, на рекламу? Слова должны идти на описание жизни» [3, с. 341], раскрывающих противоречие между медиареальностью и реальностью как таковой, а также между массовой и элитарной культурой, характерных для современных массмедиа.

Проведенный анализ показывает, что медиареалии, являясь существенным элементом создаваемой Е. Водолазкинским картины мира, полифункциональны: маркируют время, характеризуют социокультурную реальность, передают особенности общественного и политического климата в стране, которым определяется деятельность СМИ и иерархия их функций. Иронически окрашенное изображение массмедиа конца 1990-х гг. в романе «Авиатор» передает характерные черты и тенденции российской медиажизни этого периода.

Список литературы

1. Аросев Г. Важнее настоящего (Евгений Водолазкин. Авиатор) / Г. Аросев. – Режим доступа: http://magazines.russ.ru/novyi_mi/2016/7/vazhnee-nastoyashhego-evgenij-vodolazkin-aviator.html, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
2. Богатырева И. Слепая Фемида русской истории / И. Богатырева. – Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/october/2016/12/slepaya-femida-russkoj-istorii.html>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
3. Водолазкин Е. Г. Авиатор / Е. Г. Водолазкин. – М. : АСТ : Редакция Елены Шубиной, 2016. – 410 с.
4. Колобродов А. «Авиатор»: под крылом из фанеры / А. Колобродов. – Режим доступа: http://rara-rara.ru/menu-texts/aviator_pod_krylom_iz_fanery, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
5. Средства массовой информации России : учеб. пос. / М. И. Алексеева, Л. Д. Болотова, Е. Л. Вартанова [и др.] ; под ред. Я. Н. Засурского. – М. : Аспект Пресс, 2005. – 382 с.
6. Типология периодической печати : учеб. пос. / М. Е. Аникина, В. В. Баранов, О. А. Воронова [и др.] ; под ред. М. В. Шкондина, Л. Л. Реснянской. – М. : Аспект Пресс, 2009. – 236 с.
7. Филатов К. Евгений Водолазкин. Авиатор / К. Филатов. – Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/zvezda/2016/6/evgenij-vodolazkin-aviator.html>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
8. Фурин Е. Сбитый летчик / Е. Фурин. – Режим доступа: http://literatura.org/issue_criticism/1959-evgeniy-furin-sbityy-letchik.html, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
9. Чайковская И. Возвращение авиатора / И. Чайковская. – Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/znamia/2017/2/vozvrashenie-aviatora.html>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
10. Юзефович Г. «Авиатор» Евгения Водолазкина и еще пять книг о человеке и времени / Г. Юзефович. – Режим доступа: <https://meduza.io/feature/2016/04/01/aviator-evgeniya-vodolazkina>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.

References

1. Arosev G. *Vazhnee nastojashhego (Evgenij Vodolazkin. Aviator)* [More important than the present (Eugene Vodolazkin. Aviator)]. Available at: http://magazines.russ.ru/novyi_mi/2016/7/vazhnee-nastoyashhego-evgenij-vodolazkin-aviator.html.
2. Bogatyreva I. *Slepaja Femida russkoj istorii* [The blind justice of Russian history]. Available at: <http://magazines.russ.ru/october/2016/12/slepaya-femida-russkoj-istorii.html>.

3. Vodolazkin E. G. *Aviator* [Aviator]. Moscow, AST : Redakcija Eleny Shubinoj publ., 2016, 410 p.

4. Kolobrodov A. «Aviator»: *pod krylom iz fanery* ["Aviator": under the wing made of plywood]. Available at: http://rara-rara.ru/menu-texts/aviator_pod_krylom_iz_fanery.

5. Alekseeva M. I., Bolotova L. D., Vartanova E. L. [et al.]. *Sredstva massovoj informacii Rossii* [The media of Russia]. Ed. by Ya.N. Zasursky. Moscow, Aspekt Press publ., 2005, 382 p.

6. Anikina M. E., Baranov V. V., Voronova O. A. *Tipologija periodicheskoj pechati* [The typology of periodical press]. Ed. by M.V. Shkondina, L.L. Resnyansky. Moscow, Aspekt Press publ., 2009, 236 p.

7. Filatov K. *Evgenij Vodolazkin. Aviator* [Eugene Vodolazkin. Aviator]. Available at: <http://magazines.russ.ru/zvezda/2016/6/evgenij-vodolazkin-aviator.html>.

8. Furin E. *Sbityj letchik* [Downed pilot]. Available at: http://litteratura.org/issue_criticism/1959-evgeniy-furin-sbityy-letchik.html.

9. Chajkovskaja I. *Vozvrashhenie aviatora* [The return of the Aviator]. Available at: <http://magazines.russ.ru/znamia/2017/2/vozvrashenie-aviatora.html>.

10. Juzefovich G. «Aviator» *Evgenija Vodolazkina i eshhe pjat' knig o cheloveke i vremeni* ["Aviator" Eugene Vodolazkin and five books about the person and time]. Available at: <https://meduza.io/feature/2016/04/01/aviator-evgeniya-vodolazkina>.